



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Di zaman ini, masyarakat memperoleh informasi dari internet seperti portal berita daring. Selain itu juga, berita juga tidak lagi hanya berisikan tulisan, tetapi juga adanya visual berupa gambar, foto, dan video. Visual Interaktif Kompas (VIK) hadir sebagai salah satu bentuk portal berita yang mengadopsi *newsgame* dan jurnalisme komik. *Kompas.com* berupaya menyajikan berita yang diperkaya grafis kepada pembacanya untuk memberi warna baru. Adanya *newsgame* dan jurnalisme komik ini membuat peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan khlayak yang membaca berita COVID-19 dalam seri Virion di VIK. Pembaca di sini adalah generasi Z berusia 18 hingga 24 tahun yang tinggal di Jakarta. Teori *uses and gratification* berasumsi bahwa khlayak memiliki kebutuhan bawaan yang dapat dipenuhi dengan menggunakan media massa.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan teori kesenjangan kepuasan milik Palmgreen, Wenner, dan Rayburn II, dapat dilihat bahwa VIK memuaskan penggunaanya. Namun, media ini juga kurang memberikan hiburan bagi pembacanya. Hasil dari *mean* skor GS dan GO menunjukkan nilai positif sebesar 1,48.

Tingkat kepuasan mencari informasi umum (*general information seeking*) ditunjukkan dengan *mean* 0,42. Kepuasan tertinggi pada indikator “tetap *up to date* dengan isu COVID-19 terkini” dengan nilai *mean* 0,22. Kemudian, indikator “mempercayai informasi seputar COVID-19” nilainya 0,15. Nilai *mean* terendah dalam dimensi ini yaitu “memahami secara detail informasi mengenai COVID-19” sebesar 0,05. Secara keseluruhan generasi Z yang tinggal di Jakarta setuju bahwa VIK seri Virion memberikan kepuasan dalam mencari informasi umum.

Kemudian dalam tingkat kepuasan kegunaan keputusan (*decisional utility*) hasil *mean*-nya menunjukkan 0,38. Tingkat kepuasan tertinggi berasal dari indikator “membantu mengambil keputusan atas isu COVID-19.” dengan nilai *mean* 0,17. Lalu, disusul oleh indikator “mencari tahu isu COVID-19 yang memberikan dampak kepada orang lain dan diri sendiri” ditunjukkan dengan nilai 0,11. Indikator dengan nilai *mean* terendah yaitu 0,1 adalah “memahami apa yang dilakukan pemerintah mengenai COVID-19.” Dapat disimpulkan, generasi Z setuju bahwa seri Virion di VIK memuaskan dari segi kegunaan keputusan.

Dimensi hiburan (*entertainment*) menunjukkan nilai *mean* yang negatif yaitu -0,05. Hal ini dikarenakan salah satu indikatornya tidak berhasil memuaskan pengguna VIK yaitu “karena biasanya dramatis” dengan nilai *mean* -0,19. Namun, dua indikator lainnya memperoleh hasil yang positif. Tingkat kepuasan tertinggi yaitu “Untuk menghilangkan rasa bosan” yang menunjukkan nilai *mean* 0,09. Kemudian, diikuti oleh indikator “informasi COVID-19 dikemas lebih menarik dan menghibur” dengan nilai *mean* 0,05. Ditarik kesimpulan, generasi Z setuju VIK seri Virion kurang memberikan kepuasan dari segi hiburan.

Tingkat kepuasan dimensi kegunaan pribadi (*interpersonal utility*) ditunjukkan dengan nilai 0,39. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi adalah “membagikan informasi COVID-19 kepada orang lain” yaitu sebesar 0,19. Kemudian, indikator kedua tertinggi yaitu “berbagi sudut pandang tentang COVID-19 dengan orang lain” dengan nilai 0,15. Indikator terendah dalam dimensi ini yaitu “memberikan informasi COVID-19 yang menarik untuk dibicarakan dengan orang lain.” dengan nilai 0,05. Secara keseluruhan, generasi Z di Jakarta setuju bahwa VIK seri Virion dapat memberikan kepuasan dalam segi kegunaan pribadi.

Dimensi terakhir, tingkat kepuasan interaksi sosial (*parasocial interaction*) ditunjukkan dengan nilai *mean* 0,34. Nilai *mean* tertinggi yaitu 0,21 pada indikator “melihat bagaimana jurnalis menulis isu COVID-19 secara manusiawi.” Kemudian, diikuti indikator “kenal dengan tokoh yang

diberitakan” dengan nilai 0,08. Terakhir, indikator “membandingkan pendapat diri sendiri tentang COVID-19 dengan narasumber terkait” bernilai 0,05. Secara keseluruhan, generasi Z setuju bahwa VIK seri Virion memuaskan dari segi interaksi sosial.

Indikator “karena biasanya dramatis” dilihat dari *mean gratification obtained* (GO) yang lebih rendah dari *mean gratification sought* (GS). Persebaran data GO dikatakan ekstrim karena responden yang menjawab sangat tidak setuju 63 orang, tidak setuju 82 orang, setuju 171 orang, dan sangat setuju 82 orang. Perbandingan yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju antara GS dan GO adalah 129 dan 145. Karena yang menjawab tidak setuju lebih banyak, hasil penelitian ini menunjukkan *mean* GO menjadi rendah.

Indikator yang tidak memuaskan tersebut juga dilihat dari standar deviasi juga dilihat persebaran datanya. Pergerakan rata-rata yang ditambah dan kurangi standar deviasi yaitu 1,715 – 3,665. Jawaban terendah pada penelitian ini ada pada skala 1 (sangat tidak setuju). Rentang *mean* dengan standar deviasi mendekati angka terendah. Hasil penelitian ini menunjukkan *mean* GO rendah juga karena generasi Z di Jakarta memilih jawaban yang bervariasi pada indikator “berita dibuat secara dramatis.”

Dalam penelitian ini, peneliti juga menyimpulkan, generasi Z di Jakarta awalnya mencari hiburan dalam membaca berita COVID-19 di VIK dalam seri Virion. Kemudian, setelah mereka membaca lima artikel Virion yang ada di VIK, peneliti menemukan bahwa mereka merasa puas akan mencari informasi secara umum. Bahkan, generasi ini merasa Virion kurang memberikan hiburan khususnya dalam berita yang dibuat dramatis.

Teori *uses and gratifications* yang digunakan dalam penelitian ini berasumsi khalayak memiliki motif dalam menggunakan suatu media untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis. Mereka juga secara aktif memilih media dan kontennya sehingga secara inisiatif menggabungkan pemilihan media dan pemenuhan kebutuhan kepuasan. Media bersaing untuk memenuhi kebutuhan kepuasan khalayak dengan memberikan konten yang terbaik.

Khalayak yang merupakan generasi Z berusia 18 – 24 tahun yang tinggal di Jakarta menggunakan Virion sebagai media yang dipilih dan kontennya adalah COVID-19 yang dikemas dalam seri Virion. Dari jабaran di atas, kebutuhan khalayak adalah lima dimensi dan lima belas indikator Palmgreen, Wenner, dan Rayburn II.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa VIK seri Virion memuaskan penggunaannya dalam empat motif yaitu mencari informasi umum, kegunaan keputusan, kegunaan pribadi, dan interaksi sosial. Namun, masih kurang menghibur penggunaannya. Hal ini dilihat dari hasil kesenjangan kepuasan, yaitu nilai rata-rata kepuasan yang didapatkan (GO) lebih kecil dari kepuasan yang dicari (GS). Oleh karena itu, VIK seri Virion dapat disimpulkan efektif dalam membuat berita COVID-19 dalam empat motif yang telah disebutkan karena memenuhi kebutuhan penggunaannya. Namun, seri Virion yang dibuat VIK kurang efektif untuk menghibur penggunaannya.

Visual Interaktif Kompas (VIK) mengharapkan artikel seri Virion dapat memberikan hiburan dengan menjawab kejenuhan masyarakat terhadap berita COVID-19. Namun, melalui penelitian ini ditemukan bahwa VIK seri Virion kurang memberikan kepuasan dari segi hiburan. Walaupun demikian, dari antara tiga indikator pada dimensi hiburan, hanya satu yang tidak memberikan kepuasan dan dua lainnya memberikan kepuasan kepada penggunaannya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini bersifat deskriptif karena itu peneliti hanya memaparkan data dari hasil yang didapatkan secara deskriptif. Riset ini hanya mengukur tingkat kepuasan pengguna Visual Interaktif Kompas (VIK) seri Virion pada generasi Z di Jakarta. Untuk itu, harapan bagi peneliti berikutnya dapat membandingkan tingkat kepuasan produk *newsgame* dan jurnalisme komik dengan media

lainnya. Selain itu, dapat juga ditemukan hubungan sebab akibat dari faktor apa saja yang menghasilkan kepuasan.

Peneliti juga berharap pada penelitian berikutnya sampel yang diteliti tidak hanya generasi Z yang tinggal di Jakarta sehingga dapat mencakup seluruh pembaca VIK. Karena pembaca VIK beragam walaupun berkumpul di Jakarta dan pada rentang 18 hingga 24 tahun. Namun, peneliti berharap VIK dapat diteliti dari umur yang lebih tua ataupun muda dan tidak hanya di Jakarta.

Selain itu, peneliti berharap adanya penelitian selanjutnya yang dapat menemukan alasan pengguna lebih menyukai dengan berita yang dibuat secara dramatis atau tidak dramatis. Sehingga dapat diketahui faktor dan alasan apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan khalayak dengan membaca berita yang dibuat secara dramatis.

5.2.2 Saran Praktis

Selain saran akademis, peneliti juga memiliki saran praktis yang dapat dijadikan pertimbangan. Pada penelitian ini ditemukan bahwa VIK seri Virion kurang menghibur pembacanya karena berita yang dibuat tidak dramatis. Walaupun secara keseluruhan, VIK telah memuaskan penggunaannya. Peneliti berharap Visual Interaktif Kompas (VIK) dapat membuat berita yang dramatis melalui riset terlebih dahulu. Seperti yang peneliti berikan saran untuk peneliti selanjutnya, mencari tahu apakah khalayak lebih menyukai berita yang ditulis secara dramatis atau tidak.

Peneliti juga berharap *Kompas.com* dapat semakin memperkenalkan VIK kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan cukup sulit untuk mencari responden yang membaca VIK. Selain itu, harapan peneliti adalah semakin berkembangnya jurnalisme komik dan *newsgame* di Indonesia. Media daring lainnya dapat memproduksi berita-berita yang berbasis grafik dan membahas suatu isu secara mendalam.